

Bienvenidos
Revista bimestral de Distribuidora Rabié, Año XIV - Nº 80 Septiembre 2009.
Distribución gratuita. Prohibida su venta.
Museo Histórico
San José del Carmen El Huique
¿El Fin de la Crisis?
Hablan Los Expertos
Más Chilenos que Nunca
Espectacular Promoción de Rabié
Las Locuras
Del Recluta Foxley en Pelotón

Saca la cuenta.

OMO

regala beneficios para que vendas más y más











Todos los envases de 400gs regalan hotdog Doggis o helados en gelaterías Bresler.
Aproveche compre OMO sus clientes se lo exigirán

¡Más ventas y música para su negocio!



NUEVO AXE
MUSICSTAR







Las Crisis son Oportunidades

Es una realidad incuestionable que una ciencia inexacta como la economía juega una mala pasada a muchos pronósticos, inclusive de los más expertos. Predecir el tiempo de prolongación de la crisis mundial en Chile es un ejercicio bastante difícil y estéril, considerando que tanto o más beneficioso que analizar los efectos, es actuar y trabajar sobre la base de las oportunidades que se presenten.

Lo cierto es que paradojalmente, la política fiscal contracíclica en el caso chileno, que consiste en ahorrar en períodos de bonanza para gastar en épocas de crisis, es un activo valioso, pero que peligrosamente puede transitar hacia una gran amenaza.

Aumentar sostenidamente los gastos corrientes durante las crisis, como parte de una política, puede transformar en realidad el conocido dicho "pan para hoy y hambre para mañana".

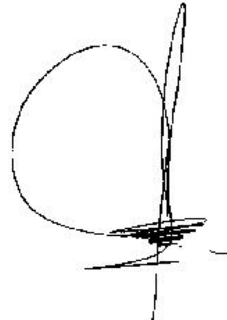
A nivel microeconómico, las experiencias y aprendizaje de las políticas económicas de los países, deben ser también aplicadas en el ámbito de las pequeñas empresas. Especialmente, pensamos hoy en los miles de comerciantes minoristas de Chile que han vivido momentos complicados, pero que han demostrado con inteligencia que las crisis abren también un abanico de nuevas oportunidades para diversificar, modernizar y crecer.

La principal moraleja es ahorrar cuando nos va bien. Los ingresos obtenidos de una buena gestión comercial en períodos de crecimiento económico, en parte se gastan, pero también se ahorran. Dentro de este contexto, el comerciante debe comprar eficientemente y no necesariamente comprar más. Un óptimo mix de artículos, niveles razonables de endeudamiento, inversión en tecnología para mejorar la eficiencia dentro de los procesos del almacén, parece ser una receta muy válida.



El segundo aprendizaje dice relación con cómo actuar en los períodos de crisis. Si hay cabida para un mayor gasto, éste debe hacerse invirtiendo en el aprovechamiento de las oportunidades, para que dicho gasto sea sustentable. "Gastar invirtiendo", no "gastar gastando".

La crisis no es la peor noticia para el comercio minorista, es definitivamente una gran oportunidad para seguir construyendo un mejor futuro.



Armando Jara J.
Gerente General



Foto Portada: Museo San José del Carmen El Huique, edición Nº 80 Septiembre-Octubre 2009. **Director Fundador:** Mario Landa Reyes **Consejo Editorial:** Armando Jara J., Yerko Luksic N., Sergio Vásquez Y., Ricardo Apara M., Marcela Zapata P. y Rodrigo Landa G. **Director:** Rodrigo Landa G. **Colaboradores:** Dario Rojas, Sonia Rosas, Francisca Rojas y Edgar Brizuela. **Diseño y Diagramación:** Luz Eliana Cortés y Rodrigo Riffo P. **Fotografía:** Marcelo Vildósola G. y Ricardo Ramírez. **Producción:** Líder Publicidad Ltda. **Impresión:** Quebecor World Chile S.A. **Rabié S.A. Administración Central:** El Roble 770. Pisos 8,9 y 10 Chillán. Fono: 42-200600 Fax: 42-224679. **Centro de Distribución Chillán:** Ruta 5 Sur, Km. 418, Chillán Viejo Fono: 42-200500 Fax: 42-200555. **Centro de Distribución Santiago:** Camino a Melipilla 15.000, Maipú Santiago Fono: 2-6773100 Fax 2-5356497. **Centro de Distribución Antofagasta:** Ruta 5 Norte Km. 1.358,5 Manzana N, Sitio 2. Parque Industrial La Negra Fono: 55- 207100 Fax: 55-207110.
www.rabie.cl

¿SE ACERCA EL FIN DE LA CRISIS?

Economistas coinciden en que se observan señales de recuperación de la economía, pero discrepan por el aumento del gasto público.

La economía, como lo reconocen los propios economistas, debe considerarse como una ciencia social y que se caracteriza por no ser exacta. No bastan las demostraciones lógicas o matemáticas para aceptar que sus postulados se verifican en la realidad. Para poner un símil bien chileno, diremos que se parece a la meteorología, o más bien a los pronósticos de los meteorólogos: sus aciertos son menos frecuentes que lo deseado.

Por eso, frente a la crisis económica mundial, las medidas adoptadas y su término, hay opiniones encontradas y quienes las emiten, son economistas, muchas veces, de las mismas tendencias filosóficas. Veamos algunas de ellas:

"Soy el primero en decir que hay una recuperación económica cuando la veo. Y creo que estamos cerca de llegar a eso, aunque todavía a un nivel muy superficial" **(Nouriel Roubini, economista de la Universidad de Nueva York, conocido como "el oráculo de los mercados").**

"La crisis mundial es peor de lo que creemos y sentimos en Chile. Nunca antes se ha perdido tanta riqueza en el mundo y se estima que, en los próximos meses, cerca de 50 millones de personas más perderán su empleo. Esto no puede sino tener un efecto de desaceleración que, sin duda, afectará a nuestra economía" **(Cristina Bitar, economista y socióloga de la U. De Dartmouth y MBA de la Universidad de Chile y Tulane University).**



Robert Barro, profesor de la Universidad de Harvard, Estados Unidos.

"Las bolsas de comercio se adelantan, por lo menos seis meses al comportamiento de la economía real, por lo que el buen desempeño bursátil de los mercados muestra que a fin de año habrá un punto de inflexión. Todas las señales muestran que el año del desastre es el que estamos viviendo y a partir del 2010 las proyecciones son positivas" **(Cristian Larroulet, director del Instituto Libertad y Desarrollo).**

"Las cifras de producción y empleo de las principales economías indican un severo ciclo recesivo, el que aún no da señales de retirada. No obstante, los mercados bursátiles muestran un ambiente de optimismo, anticipando el próximo inicio de la recuperación de la actividad económica. Parece razonable suponer que lo peor de la crisis está quedando atrás" **(Francisco Rosende, decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la UC).**

"Veo que la gente está demasiado optimista. Considero que hemos tocado fondo, pero aún hay un 30% de probabilidades de que la recesión se convierta en algo peor" **(Robert Barro, Profesor de la Universidad de Harvard).**

MEDIDAS CONTRACICLICAS

También hay discrepancias respecto de las medidas adoptadas por el gobierno para paliar los efectos de la crisis, como los bonos por hijos a las familias de menores ingresos, eliminación del impuesto de timbres y estampillas, incremento de US$ 700 millones en recursos para un masivo plan de inversión pública que considera vialidad urbana y rural, vivienda y obras de riego en todo el país para permitir la creación de nuevas fuentes de trabajo, devolución anticipada del impuesto a la renta para personas naturales correspondiente al año tributario 2010 y muchas otras medidas que en total suman 4 mil millones de dólares de mayor gasto fiscal.

El profesor de la Universidad de Harvard, Robert Barro, es uno de los economistas más influyentes del mundo. Es considerado una de las autoridades mundiales en crecimiento, porque ha combinado el trabajo teórico con el empírico (experiencia) en sus investigaciones, y sus planteamientos han estado en el centro de los principales debates de política económica de los últimos 30 años. En términos generales, es un economista que rechaza la intervención estatal, salvo en los casos en los que se demuestra su beneficio, y es un fuerte crítico de la política fiscal expansiva.

Barro estuvo recientemente en Chile participando en el seminario "Crecimiento del mundo post crisis" y aunque reconoció que a nuestro país le ha ido mejor que a otros de la región, observó que ha perdido dinamismo porque "ha dejado las reformas liberales que comenzaron en los años 70. Luego de la contracción de 1980-1982, a la economía le fue muy bien hasta los 90. Pero parece que el gobierno se mueve cada vez más hacia la intervención de la economía, hacia programas de bienestar social, aumentando regulaciones, y no creo que eso sea muy sano en términos de crecimiento económico a largo plazo".

Para Barro, un punto fuerte para volver al crecimiento económico de los 90 es mantener tasas impositivas relativamente bajas, que exigen que el Gobierno no sea muy grande porque a la larga, explica, los impuestos tienen que igualar lo que está gastando el gobierno, y si el Estado crece, será inevitable que la carga tributaria se haga sustancial. Cuando se hacen recortes de impuestos, es importante hacerlos en aquello que ayude a la gente a hacer cosas, como a invertir o trabajar. No sirve de nada bajar impuestos que sólo sirvan para tirarle dinero a la gente. Se debe trabajar en los incentivos que ayuden a las personas a tener más actividad económica".

JUICIOS CRITICOS

El profesor norteamericano elogió que Chile haya impulsado lo que calificó como "una gran política" al haber ahorrado los ingresos del cobre y eso lo pone en una mejor posición para tener ahora un déficit fiscal. Advirtió, sin embargo, que tener estos recursos hace que sea tentador para las autoridades aplicar programas especiales de gastos. "Es sorprendente que Chile, tan disciplinado hasta ahora en el sentido de evitar gastar gran cantidad de esos ahorros, está ahora con una presión abrumadora y el hecho de que el dinero esté ahí en un momento de crisis, está impulsando un tipo de paquete de estímulo mayor de lo deseable. Así que tenemos elementos positivos y negativos de haber ahorrado justamente estos ingresos del cobre", sentenció.

"Si me piden una predicción, creo que Chile está en la ruta con una mentalidad de bienestar social, más o menos como en Europa Occidental y me parece una mala idea. Sería mucho mejor mantener un sector estatal relativamente pequeño de manera que los impuestos mantengan el nivel actual y puedan llevar a un crecimiento económico. Políticamente mi predicción es que van a ir en la dirección opuesta".
No es primera vez que Barro se muestra crítico con algunas políticas económicas de los gobiernos de Chile. Durante su primera visita al país, criticó la reforma laboral del gobierno del presidente Ricardo Lagos y advirtió sobre los efectos negativos de aumentar el tamaño del Estado. En otra oportunidad dijo que Chile no será nunca competitivo ni crecerá al ritmo de los países desarrollados debido a la mala calidad de su educación. Para graficar esta crítica, precisó que sólo el 16 por ciento de la fuerza de trabajo chilena tiene estudios superiores, mientras que en el mundo desarrollado, ésta alcanza al 40 por ciento.



Cristina Bitar.

MEDIDAS INDISPENSABLES

El defensor de las políticas contracíclicas, el ministro Andrés Velasco, no dudó en replicar al experto norteamericano, profesor de la Universidad de Harvard, igual que él: "en Chile se daban las condiciones teóricas, prácticas, empíricas, para que las políticas contracíclicas fueran no solamente necesarias sino, además, indispensables".

Dijo Velasco que en la economía chilena no sólo había espacio, sino que existía la obligación de adoptar políticas contracíclicas en el plano fiscal, monetario y financiero. En el ámbito fiscal, con transferencias directas, como los bonos a las familias más vulnerables; inversión pública; reducción de impuestos y capitalización de Codelco, que ayudan a la demanda y a la productividad futura de la economía. Aunque los efectos de estas políticas operan con rezago, el ministro indicó que comienzan a verse resultados: 130 mil empleos adicionales se han creado en el sector privado con la mayor inversión pública; hay 55 mil operaciones de crédito con garantía estatal para las Pymes que están en curso, y el 55 por ciento de la mayor inversión pública ya se había ejecutado a comienzos del mes de junio.

Los argumentos del ministro Velasco son reforzados por otro economista de fuste, el profesor de la universidad de Yale, Eduardo Engel, quien también es partidario del mayor gasto fiscal, en circunstancias especiales. "El gasto de los hogares"- sostiene Engel- "sobre todo de los hogares de ingresos medios y bajos, se contrae de manera significativa durante las recesiones. Esto se debe a una combinación de factores. Primero, los hogares más pobres ahorran poco, por lo cual no tienen un colchón financiero que les permite compensar debidamente la caída de ingresos. Segundo, estos hogares tampoco tienen acceso a crédito, sobre todo en tiempos difíciles, por lo cual no pueden endeudarse para suavizar la crisis.

Esto sugiere que el gasto fiscal bien podría compensar, al menos en parte, la menor capacidad de consumo que tienen estos hogares durante años de vacas flacas. Se trata, entonces, de pasar de un gasto fiscal que crece establemente en el tiempo a uno que crece más rápido durante las recesiones y más lento durante años de bonanza. Es decir, debiéramos tener un superávit estructural más alto durante las expansiones y un déficit estructural durante las recesiones".

OPORTUNIDADES PARA EL COMERCIO

El comercio detallista de Chile ha salido fortalecido con la crisis económica que ha afectado al mundo, porque ha logrado encontrar oportunidades que antes no había aprovechado, según indica Rafael Cumsille, Presidente de la Confederación del Comercio Detallista y Turismo de Chile. "Debido a esta crisis"- dijo a Bienvenidos Cumsille- "la gente ha disminuido ostensiblemente las compras con tarjetas de crédito y ha concentrado sus compras en el comercio pequeño, que ha respondido muy bien a los nuevos requerimientos. He observado con mucha satisfacción que los comerciantes minoristas han aprendido a usar la tecnología, han aprendido a comprar en mejores condiciones y han comprendido los beneficios de la asociatividad. Son muchos los que se han juntado para realizar las compras y así obtener mejores precios. También la utilización del computador y las posibilidades que le ofrece internet, han servido para que los comerciantes tengan una visión más amplia de lo que está sucediendo. Les ha servido para informarse y la información es poder. Esas son las lecciones que nos ha dejado esta crisis que, según dicen los expertos, está terminando".

Andrés Velasco.

EL LÍDER EN INSECTICIDAS DEBE ESTAR PRESENTE EN TU NEGOCIO






















¡Los Mata Bien MUERTOS!®



CLIENTES EVALUAN Con Buena Nota Los Locales Punto Rabié

Cómodos, seguros, cercanos, buenos precios y gran mix de productos son los aspectos que valoran los comerciantes que se abastecen diariamente de mercadería.

Con verdadero entusiasmo han sido recibidos por los clientes los dos Puntos Rabié que se encuentran en pleno funcionamiento en diversos sectores de Santiago y que conforman la "avanzada" de un total de 30 locales que se implementarán en todo el país en un plazo de tres años. Los comerciantes minoristas que necesitan reabastecerse más de una vez a la semana, han encontrado en estos almacenes mayoristas, la solución más conveniente para sus intereses comerciales.

Los Puntos Rabié nacieron como complemento del servicio normal de la distribuidora y con el propósito de entregar un valor adicional a los pequeños comerciantes del país.

Los locales en funcionamiento -camino a Melipilla y en la calle El Salto, en la comuna de Recoleta- se caracterizan desde luego, por su ubicación, muy cercano a los comercios, su impecable presentación, comodidad, seguridad, nivel de servicio de su personal y precios tan competitivos que marcan significativas diferencias con el resto del mercado y que son destacados como uno de las fortalezas por los clientes.

El gerente general de Distribuidora Rabié, Armando Jara precisó, respecto de este punto, que "las unidades de venta y los precios que se manejan, son los que existen en distribución, aunque existen también ofertas especiales para los locales, con acciones promocionales puntuales, ya sea por estacionalidades o fechas especiales, también existe una gran variedad de artículos y formatos de productos que no están en la distribución, como cecinas, quesos, lácteos, carne y verduras con-



Fachada y sala de ventas de Punto Rabié El Salto, comuna de Recoleta, Santiago.

geladas. La idea es que nuestros clientes minoristas se sientan realmente gratos y acogidos, pudiendo surtir completamente su negocio en Punto Rabié".

Y así está ocurriendo a juzgar por las declaraciones de los clientes que recogió "Bienvenidos" durante una visita a los dos locales en funcionamiento.

Jorge Rodríguez, es un comerciante que trabaja en las ferias de Conchalí y Recoleta y todos los días, excepto domingo y lunes, adquiere mercaderías por valores que van desde 100 mil a 500 mil pesos. "Antes que abriera sus puertas el Punto Rabié de calle El Salto, compraba en diversos almacenes mayoristas, pero ahora como queda muy cerca de mi casa, vengo todos los días para reabastecerme. Compro especialmente el jurel envasado, tallarines, aceite y salsa de tomates que son los productos que tienen más salida en las ferias. Me gusta venir porque me atienden bien los "cabros" de Rabié, son buena onda".

Marisol Guarda Carrillo, propietaria de un pequeño almacén ubicado en el sector Huechuraba Alto, "descubrió" el Punto Rabié cuando pasaba en bus por la calle El Salto: "me llamó la atención lo iluminada que estaba y el orden de las estanterías. Me bajé y desde entonces vengo prácticamente todos los días. Fue una gran idea poner este local, tan limpiecito y donde atienden tan bien. Ahora compro todo en un solo lugar y a muy buenos precios".

El encargado del local, Rodrigo Moya, está satisfecho con el desarrollo de las ventas que "crecen sostenidamente a medida que los comerciantes nos descubren. Tenemos un local muy bien implementado, con cámaras de frío para productos refrigerados. Partimos con un gran mix y lo vamos adecuando según los requerimientos de nuestros clientes.

CAMINO A MELIPILLA

Satisfecho por la gran progresión de las ventas se muestra Sergio Vera, encargado del Punto Rabié, ubicado en el Camino a Melipilla. "La publicidad que hemos hecho –a través de telones que colocamos frente al local- de ofertas diarias, nos ha dado excelentes resultados. Son muchos los comerciantes de Maipú que pasan en sus vehículos o en buses, que ven las ofertas y pasan a comprar. Estamos muy satisfechos con los resultados obtenidos hasta el momento". Leticia Gutiérrez es una dueña de casa que vive en Maipú: "Iba en la micro cuando vi los letreros con las ofertas y me parecieron precios muy baratos, más que en los supermercados. Por eso me bajé y aprovecho de hacer una compra. Me ha llamado la atención lo bien arreglado que está el local y la buena atención que tiene. Si hasta me ofrecieron un cafecito".



Alberto Merino Campos, jefe de Proyecto Locales Mayoristas de Rabié.

Guillermina Fernández, propietaria del restorán El Yugo, especialista en chorrillanas y parrilladas y que se ubica en el camino a Melipilla, se ha vuelto asidua al Punto Rabié: "vengo todos los días a comprar lo que necesito para mi negocio. Me reabastezco muy bien y no necesito ir a otro local porque aquí hay de todo. Es tan bonito el local que hoy traje a mi madre para que lo conociera. ¡Ah, y los precios son excelentes!".

Conductor de camiones, Wilson Pérez quien vive en Padre Hurtado, es cliente habitual de Punto Rabié. "Me llamó la atención cuando pasaba por el camino a Melipilla y me bajé para conocerlo de pura curiosidad. Ahora hago siempre las compras de mi casa aquí, nos juntamos con un grupo de vecinos y hacemos las compra juntos y nos sale más barato".

Alberto Merino Campos, Jefe de Proyecto Locales Mayoristas de Rabié dijo a "Bienvenidos" que, hasta el momento, se han cumplido las expectativas iniciales que tiene la empresa y se mostró satisfecho por la recepción y aceptación de los clientes: "Hemos observado que nuestros clientes están contentos porque tienen un aliado que les permite ser eficientes en sus negocios y que además los trata como se merecen. Buen Mix, buenos precios, gratas y cómodas salas de ventas y excelente atención".

Anunció Merino que muy pronto se abrirá un nuevo Punto Rabié en la comuna de Quinta Normal y que, posteriormente se instalarán locales en Puente Alto, Peñalolén, Pedro Aguirre Cerda, San Bernardo y otros lugares.



¿QUE COMEN Y BEBEN LOS CHILENOS PARA EL "18"?

Especialistas recomiendan moderación en el consumo de carnes, aliños, grasas y alcohol para evitar las nefastas consecuencias para la salud.

Parece una "herejía" recordar en esta fecha que los grandes filósofos, escritores y científicos de la humanidad, como Sócrates, Platón, Darwin, Tolstoi, Nietzsche, Gandhi y Albert Einstein, era vegetarianos. Claro que ninguno de ellos tuvo oportunidad de participar en una fiesta dieciochera donde la comida y la bebida aumentan considerablemente en la dieta de los chilenos.

Chile es uno de los países de más bajo consumo de pescado en el mundo; no más de 7 kilógramos por habitante al año. Lo mismo ocurre con las verduras y frutas: el promedio de consumo diario en Chile es de 166 gramos por habitante, mientras que la Organización Mundial de la Salud recomienda consumir al menos 400 gramos de vegetales al día. Para qué decir de la carne: el consumo anual per cápita de carnes en Chile llegó a un promedio de 81,3 kilos, durante 2008, cifra que prácticamente iguala a la de los países desarrollados en el mismo período, donde la cifra llegó a los 82,9 kilos por persona.

Las estadísticas indican que durante el período de Fiestas Patrias, no sólo aumentan los precios de la carne, sino que el consumo sube en un 35 por ciento.

Choripanes, empanadas de pino y de queso, anticuchos, asados, parrilladas, mote con huesillos, pebre, sopaipillas y el licor son los protagonistas de esta fiesta que, este año, "solamente" se prolongará por tres días. Esta dieta no es más que una "bomba dieciochera" que puede aumentar la ingesta de calorías hasta en un 60 por ciento. Es decir, si en promedio se consumen entre 2 mil y 2 mil 500 calorías por persona diariamente, este consumo puede incluso sobrepasar las 4 mil calorías diarias, entre las comidas y bebidas. Si esta cifra se multiplica por los tres días que este año tendremos para disfrutar de un fin de semana largo, se puede concluir que nuestro peso aumentará en al menos 2 kilos durante estas Fiestas Patrias.

También hay otros riesgos, aparte del aumento de peso. Todos los años los servicios de urgencia reciben, durante estas celebraciones, un número importante de pacientes afectados por cirrosis hepática, descompensación, pancreatitis, gastritis, vómitos y diarreas, producto de la, a veces, exagerada ingesta de carnes, aliños, grasas y alcohol.

"Si una persona consume una empanada, un trozo de asado con ensaladas (sin mayonesa), un postre de frutas (mote con huesillos o chirimoya alegre), y bebe una a dos copas de vino, no está ingiriendo un exceso de calorías. Lo malo, es que habitualmente el consumo es mucho mayor", enfatiza Fanny Flores, docente de la Escuela de Nutrición y Dietética de la Universidad Andrés Bello.

Lo que recomiendan los expertos para estas fiestas, es mezclar las comidas con ensaladas y comer frutas naturales, por su aporte rico en fibra. Como un detalle importante, aconsejan no servir las ensaladas frías en el mismo plato que la carne, ya que de esta manera se evitan las gotas de grasa solidificada. También, la adecuada elección de la carne: asiento, lomo y filete. Y, obviamente, que la empanada debe ser de pino y no de queso, ya que el aumento del contenido calórico de las últimas, está determinado por el aceite que se usa para freír.

CUIDADO CON EL ALCOHOL

El extenso fin de semana con motivo de las Fiestas Patrias del año pasado terminó con un saldo de 42 muertos en accidentes de tránsito a lo largo del país, cifra que casi duplica a los fallecidos el año 2007, que llegaron a 20. La mayoría de ellos como consecuencia del excesivo consumo de alcohol.

El siquiatra de la Universidad Católica, Claudio Valeria, señala que la celebración de Fiestas Patrias en Chile es considerada como un espacio para beber en forma ilimitada. "Hay gente que no bebe en el año y en esta época se desbanda".

En un informe reciente de la Organización Mundial de la Salud, OMS, Chile ocupa el 14º lugar en el ranking de bebedores del continente, con un consumo anual promedio por persona de 6,6 litros de alcohol. Otro estudio, esta vez del Consejo Nacional para el Control de Estupefacientes, Conace, unos 5 millones de chilenos, entre los 12 y los 64 años, son consumidores habituales de alcohol y, de estos, unos 150 mil, consumen bebidas alcohólicas todos los días. Claro que estas estadísticas se rompen completamente durante las fiestas patrias. Y es allí cuando se producen conductas absolutamente inadecuadas. Los especialistas advierten que quienes están con unas copas de más y deben manejar a su casa no adoptan la actitud de irse más lento o tratar de pasar inadvertido por si hay control de carabineros, todo lo contrario: va más rápido, es más osado, porque hay un efecto de exaltación que los hace tomar más riesgos y, como sus reflejos no están al 100%, terminan teniendo accidentes más graves.

Por eso cuando se ha bebido en exceso, se recomienda tomar un jugo de naranja. La vitamina C acelera el metabolismo del alcohol a nivel hepático. Comer una tostada también sirve, pues ayuda a asentar el estómago y aporta carbohidratos, cuya falta es responsable de la sensación de tambaleo y temblores después de beber en exceso.

ALCOHOLEMIA

- Con menos de 0,5 gramos de alcohol por litro de sangre puede conducir: un vaso de chicha, un vaso de cerveza, un vaso de vino, un "combinado" de ron o pisco (alcohol destilado de 100 cc.).

- Estará bajo la influencia del alcohol bajo los 0,9 gr. de alcohol por litro de sangre: más de medio litro de vino, más de medio litro de cerveza (dos latas, por ejemplo), dos copas de alcohol destilado .

- Estará en manifiesto estado de ebriedad con más de 1gr. de alcohol por litro de sangre: un litro de cerveza, un litro de vino, tres o más "combinados" o dos copas de whisky.



"¡MAS RESPETO, POR FAVOR!"

Campaña publicitaria busca instalar en el debate público la comprensión del respeto como un derecho y responsabilidad ciudadana y estimular el buen trato entre personas, grupos e instituciones.

La palabra respeto proviene del latín respectus y significa "atención" o "consideración". El diccionario de la Real Academia Española, indica que el respeto está relacionado con la veneración o el acatamiento que se hace a alguien. El respeto incluye miramiento, consideración y deferencia.

El respeto crea un ambiente de seguridad y cordialidad; permite la aceptación de las limitaciones ajenas y el reconocimiento de las virtudes de los demás. Evita las ofensas y las ironías; no deja que la violencia se convierta en el medio para imponer criterios. El respeto reconoce la autonomía de cada ser humano y acepta complacido el derecho a ser diferente.

Por eso es importante el respeto en toda sociedad humana porque permite evitar situaciones tales como las imprudencias de los conductores de vehículos, que los vivos de siempre se adelanten en las filas, que se garabatee al vecino o se boten papeles en la vía pública.



Este es uno de los afiches generados por la campaña publicitaria y se refiere al respeto que merecen las asesoras del hogar.

A juzgar por la percepción pública y los hechos que se observan en la calle e incluso en lugares privados, Chile no es un país respetuoso. Una encuesta de "Respeto y Cultura Democrática", encargada por la Organización no Gubernamental (ONG) Genera, reveló que el 81 por ciento de los entrevistados cree que nuestro país no es respetuoso.

Otros porcentajes que revela la encuesta son reveladores: el 98% cree que a los homosexuales se les respeta poco o nada; el 99% de los/as chilenos creen que a los indígenas se les respeta poco o nada; el 73% de los entrevistados está de acuerdo con la afirmación "la gente no nace merecedora de respeto, el respeto hay que ganárselo"; el 74% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación "En este país el respeto depende primordialmente de la capacidad de imponerse".

Frente a esta realidad, la organización Genera inició una campaña que tiene como propósito instalar en el debate público la comprensión del respeto como un derecho y responsabilidad ciudadana y estimular el buen trato entre personas, grupos e instituciones.

Genera es una organización ciudadana autónoma, creada en 2004, como corporación sin fines de lucro, por profesionales de distintos ámbitos con el objetivo de aportar a mejorar la calidad de la democracia y la convivencia social. Mediante campañas que integran estudios, movilización ciudadana, alianzas para la incidencia, difusión y publicidad, busca generar nuevas alternativas de participación, fomentando una ciudadanía informada y consciente de sus derechos y responsabilidades. En 2005 lanzó su primera campaña "Genera poder contra el abuso ¡YA!" a base del primer estudio sobre abuso de poder en Chile.

Esta vez, la propuesta incluye avisos radiales, audiovisuales e impresos a través de los cuales se enfrentará el abuso y las discriminaciones que afectan a diversos sectores, como las minorías sexuales. La propuesta gráfica busca provocar a la ciudadanía en temas como discriminación, indolencia, clasismo y abuso de poder.

Con el estudio "Respeto y Cultura Democrática", Genera buscó indagar en torno a un concepto ambiguo y sus consecuencias en la convivencia. "Creemos que una sociedad como la nuestra, cada vez más plural y diversa, inevitablemente hace de la convivencia un campo problemático. Pero esta tensión es a la vez una oportunidad para enriquecer nuestra cultura democrática, y para ello la clave

es el respeto", puntualizó la actriz Antonia Zegers, presidenta de Genera. "Cuando la comprensión de respeto deja de implicar el reconocimiento y ejercicio de los derechos de todos por igual, se naturalizan abusos y discriminaciones. Nuestra campaña pretende estimular el respeto en la convivencia y denunciar los abusos de poder y las discriminaciones de todo tipo, puesto que según la ciudadanía, son las principales faltas de respeto en Chile", sentenció María Eugenia Díaz, directora ejecutiva de Genera.

Esta iniciativa busca servir de plataforma para incidir, junto a otras 25 organizaciones de la sociedad civil, por la aprobación de dos leyes necesarias para garantizar el derecho al respeto: la que sanciona las conductas discriminatorias y la creación de una Defensoría de las personas en Chile, ambas en el Parlamento a la espera de ser votadas.

LA CLAVE ES EL RESPETO

El primer efecto del amor es inspirar un gran respeto; se siente veneración por quien se ama **(Blaise Pascal, científico, filósofo y escritor francés).**

El respeto a la vida es fundamento de cualquier otro derecho, incluidos los de la libertad **(Papa Juan Pablo II).**

Cuando los que mandan pierden la vergüenza, los que obedecen, pierden el respeto **(Georg Christoph Lichtenberg, científico alemán).**

Siempre es más valioso tener el respeto que la admiración de las personas **(Jean Jacques Rousseau, filósofo francés).**

Un erudito que no sea serio no inspirará respeto, y su sabiduría, por lo tanto, carecerá de estabilidad **(Confucio, filósofo chino).**

Si no se respeta lo sagrado, no se tiene nada en que fijar la conducta **(Confucio, filósofo chino).**

El respeto mutuo implica la discreción y la reserva hasta en la ternura, y el cuidado de salvaguardar la mayor parte posible de libertad de aquellos con quienes se convive **(Henry F. Amiel, escritor suizo).**



Luis Quintana Mondaca, 34 años

MORIRE CON LAS BOTAS Puestas Con Rabié

Este joven vendedor está a punto de titularse de ingeniero en administración de empresas. Con 12 años en la distribuidora, se declara enamorado de su trabajo, porque le posibilita entablar relaciones de amistad con sus clientes a quienes no duda en asesorar para que puedan crecer.

Los caminos de la vida le han traído sorpresas a Luis Marcelo Quintana Mondaca, vendedor de Rabié, que cada día recorre cientos de kilómetros para hacer lo que más le gusta, acercar a los consumidores de San Carlos y Parral a productos de calidad y a un precio conveniente.

El año pasado, fue elegido el mejor vendedor del Centro de Distribución de Chillán y además el vendedor con mayor nivel de crecimiento con sus clientes, lo que está directamente relacionado con la forma en que desarrolla su trabajo.

Es que este temuquense ha intentado desde su lugar de trabajo, hacer algo que parece ser una suerte de misión, como es ayudar a los demás. Es como un leit movit en su vida y lo expresa naturalmente, no siendo tan sólo un frío y distante vendedor sino que se despliega en múltiples facetas, desde el colaborador, el proveedor, el amigo y hasta el compadre.

Pues si algo caracteriza a este hombre de 34 años, casado y padre de dos hijas, es su capacidad para entablar relaciones integrales con sus clientes. Empapado del viejo espíritu del sureño acogedor, tiende manos a aquellos que se cruzan en su camino. Y como aún persiste en las comunidades más pequeñas la calidez en el trato, ha llegado a ser integrado de tal manera a algunas familias que no es raro que lo inviten a celebraciones privadas donde cae parado, como se señala en lenguaje coloquial.

Así, lentamente ha ido forjando relaciones de calidad entre sus clientes, quienes lo ven más que como un vendedor, como un asesor y no es raro que le pidan consejos acerca de cómo manejar sus negocios.

Con estudios en administración de empresas y próximo a titularse de ingeniero en la Universidad Católica de la Santísima Concepción, sede Chillán, señala que lo que más lo motiva es ver cómo los comerciantes son capaces de progresar de la mano de la empresa a la que representa. "He visto negocios pequeños que al cabo de un tiempo progresan, crecen muy rápidamente y junto con ello la capacidad económica de las familias, las cuales pueden darse gustos, vivir más holgadamente y educar mejor a sus hijos", señala motivado por su trabajo en Rabié.

Es que este vendedor es un verdadero enamorado de su trabajo tanto como lo es de su esposa y sus dos hijas, quienes son en verdad el motor que lo hace cada día levantarse a temprana hora, llevar a las niñas al colegio y partir en una larga peregrinación hacia San Carlos. "No me imagino trabajando en otra cosa", manifiesta con énfasis Quintana, quien se inició en las ventas luego de que viera cómo uno de sus hermanos lograba hacer realidad sus sueños a través de la venta de lubricantes en el país. No lo pensó mucho en realidad cuando surgió la posibilidad de integrarse a Rabié hace casi 13 años. En esa época había tenido la posibilidad de conocer diversas ciudades del país.

ARRAIGO EN CHILLAN

Si bien nació en Temuco, pasó un largo tiempo en Chillán donde estudio en el liceo Narciso Tondreau, hizo grandes amistades que aún hoy mantiene, pero fue acá donde conoció a quien es su esposa, Isabel Ulloa Fuentealba.

"Fue en Chillán donde conocí a Rabié y me sorprendió el grado de penetración que tenía en la comunidad. Sin duda es una gran empresa y siempre me llamaba la atención", recalca. Tras un paso por la ciudad de Concepción, donde se tituló de administrador de empresas, aceptó el desafío de arraigarse en la capital de Ñuble y desde Chillán poder canalizar sus talentos en el área de las ventas.

El mejor vendedor del año 2008, se inició en la venta en Valdivia y otras ciudades del sur de Chile, donde pudo tomar la experiencia que le han servido para su desempeño en esta zona.

Actualmente, administra una ruta compuesta por empresarios medianos y grandes y una de las satisfacciones es poder ver que en supermercados regionales, de ciudades más rurales, existan productos iguales a los de las grandes cadenas.

Se trata de un trabajo intenso en el cual hay que estar preocupado de todos los eslabones de la cadena de venta, desde el pedido inicial hasta la llegada del camión con las mercaderías.



Luis Quintana Mondaca junto a su esposa e hijas, quienes son el motor que motiva su trabajo diario.

Es una faena donde las confianzas son fundamentales, pero donde ciertamente todo se hace más sencillo con la capacidad logística que tiene la empresa en el concierto nacional.

La empresa, señala, ha sido un verdadero puntal en su vida, pues le ha permitido crecer como persona y proyectarse, trazar un plan de vida junto a su familia y aquella a la que pertenece ya por derecho propio como es la compañía.

El, en sus años como vendedor de Rabié ha sido testigo del desarrollo de la empresa chillaneja que en pocos años ha logrado escalar posiciones de privilegio en el concierto nacional, logrando una imagen que no para de crecer.

"Yo muero con las botas puestas con Rabié. Sobretodo, agradezco las posibilidades que me han dado para poder desarrollarme como persona y como profesional", indica.

No cualquier empresa, sostiene, es capaz de crecer en momentos de incertidumbre económica y mientras la tendencia general era bajar la planta laboral, Rabié aumentando su participación en el mercado, contrataba más personal. Esto, sobretodo, es uno de los aspectos que pone de relieve la capacidad de la empresa para formar equipos humanos altamente preparados y que están en capacitación permanente. Pues si hay algo que se destaca es la posibilidad de ir mejorando las posibilidades de los agentes de venta para ejecutar la labor de la mano de la mejor tecnología, que más que un lujo es una verdadera necesidad en tiempos en que se requiere máxima eficiencia. Pero, como están dadas las cosas en la firma donde se ha llegado a tal nivel de eficiencia, el trabajo se hace sencillo y queda tiempo para la familia, las amistades, de tal manera que no son pocas las ocasiones en que practica tenis y otros deportes. Actualmente se considera un tipo realizado y al mirar hacia atrás observa cómo la vida le ha ido dando oportunidades para crecer, cómo se le han ido abriendo caminos, cómo ha ido lentamente tejiendo la ruta de su vida.

Alguna vez fue barman en una discoteque para pagar sus estudios y trabajó en una financiera de Temuco, antes de integrarse a una fuerza de ventas constituida por cientos de personas a lo largo de todo el país, que se toman muy en serio la tarea de poner artículos en el mostrador y van siempre un paso más allá demostrando que en cada punto del camino se puede sembrar algo así como una semilla que progresará en la medida que cuente con insumos frescos y de calidad.

Este premiado vendedor de Rabié sigue cada día recorriendo los caminos de la provincia más que haciendo negocios, generando fuertes lazos de amistad con sus clientes. Cada día tiene una sorpresa distinta que ofrecer y Luis Quintana busca precisamente destapar esta verdadera caja de sorpresas en la que se transforma su trabajo, que le sigue deparando satisfacciones para él, su familia y sus clientes.



El Vino Con Caraterísticas Unicas

Los especialistas afirman que el "terroir" es fundamental para producir vinos de alta calidad y es, precisamente lo que esta viña ha encontrado en la conjunción exacta de los valles Cachapoal y Colchagua.

En Pelequén, pequeño poblado situado en la región del Libertador Bernardo O´Higgins, 130 kilómetros al sur de Santiago, es el centro de diversas actividades artesanales y religiosas: allí se fabrican las escobas de rama, figuras e imágenes en piedra rosada, hermosos muebles de raulí, se venera la imagen de la virgen Santa Rosa de Lima. En este privilegiado sector, donde confluyen los valles de Colchagua y Cachapoal, es donde, desde hace algunos años se está desarrollando un proyecto vitivinícola que ya está dando que hablar. Se trata de la Viña Miravalle, una bodega de bajo perfil que está trabajando en serio y que, desde sus inicios, en el año 2003, comenzó a buscar calidad que ya ha sido reconocida internacionalmente: hace algunos meses recibió la medalla de oro por el Cabernet Sauvignon 2006 en el Concurso Mundial de Bruselas, desarrollado en Bordeaux, Francia.

Una verdadera proeza para una viña de tan pocos años. Uno de los socios de la empresa y su gerente general, el ingeniero Pedro Larraín, explica que durante el año 99 se plantaron las viñas en los lomajes de Pelequén. A fines del 2003, la buenísima calidad de las cepas lo motivaron, en conjunto con sus socios, a construir la bodega de vinos enfocada a producir vinos de alta calidad y a crear la marca Miravalle.

¿Por qué en este lugar? Lo explica Larraín: "porque este valle es muy especial, a tal punto que muchas viñas nos compran nuestra uva para elaborar sus vinos de más alta calidad. Y aquí hay un tema interesante que tiene que ver con lo que se conoce como el "terroir" que es un conjunto de variables, donde interviene la temperatura, más exactamente la diferencia de temperatura entre el día y la noche; tiene que ver la tierra, los minerales que hay en la tierra, el estero Rigolemu que pasa por el medio de la viña, que además separa los valle Cachapoal y Colchagua. Nosotros tenemos los dos valles porque justo ahí está el límite. En síntesis, el terroir es algo así como la relación suelo-clima-parra, que más el trabajo del hombre, genera vinos con características únicas. Y eso es lo que tenemos aquí en viña Miravalle".

¿Porqué comprar y consumir un vino Miravalle?

"En nuestra corta pero sólida historia, innumerables son las veces que nos han hecho esta pregunta y las respuestas han sido muchas y muy diversas, hoy con la experiencia adquirida en los años inmersos en el mundo de vino nos animamos a decir que la principal razón para comprar y consumir nuestros productos, aparte de ofrecer una buena relación precio-calidad, es que nos hemos propuesto entender a nuestros clientes, conocerlos y comunicarnos con ellos, para permitirnos elaborar nuestros vinos de acuerdo a sus gustos y preferencias. Es claro que hoy nuestros vinos no son los mismos del inicio, han evolucionado y lo seguirán haciendo en conjunto con nuestros clientes y el mercado en



Pedro Larraín, gerente de Viña Miravalle.



Las nuevas plantas se preparan para dejar el frío y la lluvia del invierno y crecer bajo el sol estival.

general. Porque como lo han demostrado los franceses, los vinos ganan con los años, pero sólo lo hacen los que son elaborados con uvas de muy buena calidad. Como dicen los enólogos, el vino tiene vida, el vino se va desarrollando y eso hemos estado haciendo con nuestra oferta en las cepas tradicionalmente comercializadas por Miravalle tales como: Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah y Malbec, con calidades Reserva, Reserva Privada, Premium y Gran Reserva".

¿Qué importancia tiene para Miravalle el mercado chileno?

"Es fundamental, no son muchas las viñas emergentes que se preocupan del mercado del vino en Chile. Esto principalmente porque las grandes compiten muy agresivamente sin dejar espacio a los pequeños y medianos productores. Sin duda que Distribuidora Rabié es una de las grandes fortalezas de Miravalle en el mercado nacional, dado que nos permite tener una cobertura nacional que queremos fortalecer. Para ello se está incorporando un jefe nacional de ventas de Miravalle, cuya misión en conjunto con sus vendedores será la de aumentar las ventas en hoteles, restaurantes y casinos y desarrollar un trabajo con los vendedores de Rabié para lograr mayor cobertura nacional".

¿Esto significa que Viña Miravalle tiene un grupo de vendedores especialistas?

"Hoy existen canales de comercialización que no están cubiertos por la fuerza de ventas de cobertura de Rabié, es por esta razón que hemos desarrollado en conjunto con la distribuidora un nuevo proyecto de Vendedores Especialistas Miravalle, que en un principio se enfocarán en cuatro regiones del país: Metropolitana, V, VI y VII. En las regiones V, VI y VII tendremos un vendedor especialista en vinos con vasta experiencia visitando a nuevos clientes y desarrollando nuevos negocios, en la Región Metropolitana tendremos 3 vendedores especialistas, 2 especializados en el canal HORECA, (Hoteles, Restaurants y Catering) y un tercer vendedor atendiendo principalmente la cadena de supermercados Montserrat y otros canales. Esta nueva etapa de Miravalle no considera ingresar a competir en las grandes cadenas de supermercados porque tenemos confianza en el mercado de pequeños y medianos comerciantes diseminados por el país, así como en los supermercados regionales".

¿Tras obtener el importante premio en Bruselas, las exportaciones han aumentado?

"Ese premio nos ha ayudado a introducir nuestros vinos en el exigente mercado de USA y Brasil. Además estamos desarrollando un proyecto de prospección en Perú, el cual nos permitirá ofrecer directamente nuestros productos a los importadores de ese país. Nuestro importador en Brasil ya trabaja con nuestros vinos promocionándolos entre sus clientes con éxito en restaurantes y hoteles de Sao Paulo y Rio de Janeiro; estamos a la espera del resultado de catas de vinos enviados a USA, lo que nos permitirá fortalecer nuestra presencia en el mercado estadounidense con nuestras nuevas cosechas de vinos Premiums".



CHAMANTOS MUSEOS VINOS

Diversidad turística de la región del Libertador Bernardo O'Higgins permiten disfrutar de atractivos panoramas durante estas Fiestas Patrias.

Entre todas las fiestas y juegos típicos -de adultos- de nuestro país, el rodeo es uno de los más emocionantes, alegres y llenos de colorido. Tiene sus orígenes en las extensas haciendas coloniales en la faena de reunir al ganado cabalgando tras él y acosarlo hasta cercarlo y reunirlo para reconocerlo o marcarlo. Con el tiempo esta práctica se reglamentó y se exigió que los caballos fuesen adiestrados y se impuso la medialuna. Es la expresión más reconocida de la chilenidad, considerando que, hasta no hace muchos años, la agricultura constituía la base de la economía nacional. De allí que la celebración de las Fiestas Patrias tengan un marcado acento campesino.

De allí también que el rodeo esté presente durante el aniversario de la patria, en el campo y las ciudades, y permita que los huasos luzcan sus más hermosas galas, entre las cuales destaca con nitidez y sin competencia posible, el imprescindible chamanto.

Es una manta corta, compuesta por un paño rectangular con una abertura al medio para pasar la cabeza y una huincha que bordea su contorno. Se tejen en telar vertical estacado al suelo con la técnica de doble faz de urdimbre que produce un efecto positivo-negativo en ambas caras del tejido y no presentan ni revés ni derecho. Su elaboración es lenta y costosa, lo que los transforma en un artículo de lujo que se traspasan cual joyas de padres a hijos. Producidas con hilos de lana y seda y con figuras de copihues o parras, los chamantos son una de las tradiciones más antiguas y que ha sido heredada de generación en generación.

Estudiosos del tema indican que el nombre chamanto proviene del mapuche chamal y del manto español y constituye la fusión de la cultura europea y la tradición indígena.

El chamanto tiene marca registrada, es de Doñihue, un pequeño poblado de la región del Libertador Bernardo O´Higgins, ubicado a poco más de 30 kilómetros de Rancagua. Desde el siglo 19 son elaborados por expertas artesanas. Sus hermosos tejidos han sido parte de los regalos ofrecidos a dos Papas y comitivas presidenciales, grandeza que contrasta con la humildad de las chamanteras, como Julia Peralta, quien tejió especialmente para el Papa Juan Pablo Segundo un chamanto que le entregó durante la misa que el Santo Padre ofició en el Templo Votivo de Maipú, durante su visita a Chile. Doña Julia se muestra preocupada por la falta de interés de las generaciones menores en preservar este legado."A los jóvenes de hoy ya no les interesa mantener las tradiciones. Ellos sólo quieren emigrar de Doñihue en busca de mejores horizontes. Y nos vamos quedando solas, somos sólo 9 chamanteras las que quedamos".

Silvia González, otra reconocida chamantera, califica el oficio como "una pasión que se siente en el alma y que no se puede dejar. Yo nací junto a un telar y creo que moriré al lado de uno". Orgullosa de la tradición de su familia, Silvia indica que los chamantos "son únicos y nuestros trabajos están en todo el mundo, son muchos los turistas que vienen atraídos por la fama de nuestros tejidos".

Una de las más antiguas artesanas de estas obras de arte, es Filomena Cantillana, quien lleva 60 años tejiendo. "Toda mi familia ha trabajado en esto, es una tradición que llevamos en la sangre y estamos orgullosos que nuestros chamantos tengan destinatarios tan importantes como el cantante Luis Miguel o el Presidente Frei".

Casa Patronal Hacienda San José del Carmen El Huique

Habitación de Gertrudris Echeñique.



Cava Viña Montt Gras.

MUSEO SAN JOSÉ DEL CARMEN EL HUIQUE

Ubicado en el camino a Pichilemu, a 56 kilómetros de San Fernando, este Monumento Histórico Nacional constituye uno de los sitios más valiosos del país.

El Valle de Colchagua fue una de las principales zonas agrícolas del país que, a través de extensas haciendas, eran los centros productivos y económicos de la zona central del país. La casa patronal de la antigua Hacienda San José del Carmen de El Huique, es el único testimonio de aquella época que se conserva en el país, con todo su mobiliario original, tradiciones y costumbres.

La hacienda data del siglo 17 y tuvo una extensión de 60 mil hectáreas. En el año 1756, el coronel del ejército español, Pedro Gregorio Echeñique comienza una verdadera dinastía, manteniendo la propiedad en la misma familia por casi 200 años. Su nieto Juan José Echeñique, heredó la hijuela y construyó en 1829 la casa que se conserva hasta hoy.

De adobe y madera, con techos de tejas de arcilla y suelos de pastelones de ladrillo -completamente alhajado con mobiliario original del siglo 19 y comienzos del 20, el Museo permite revivir, al detalle, el día a día de la hacienda, núcleo social de una época en que la agricultura constituye la base de la economía nacional. Alrededor de la casa patronal, se ubican las viviendas de inquilinos, la lechería, la escuela, talleres, bodegas y cine, entre otras construcciones, conformando un centro de producción agrícola y ganadera autosuficiente, que albergaba a centenares de personas. Son 10 mil metros cuadrados construidos que integra una enorme iglesia a la casa patronal, constituida por dos sectores que permiten reconstruir las costumbres de la alta sociedad chilena en los años 1.800.

El valor histórico de la casa se ve incrementada por los destacados personajes que dejaron su huella en el tiempo. Uno de ellos es doña Gertrudis Echeñique, casada con Federico Errázuriz Echaurren, presidente de Chile durante 1896-1901. Su hija, doña Elena Errázuriz Echeñique, al momento de su muerte pidió encarecidamente a sus hijos la preservaran en el tiempo. Ellos, en 1975, donaron la propiedad al Ejército de Chile.

Fue declarada Monumento Histórico Nacional en 1971, legado al Ejército por sus últimos dueños, familia Sánchez de Loria Errázuriz en 1975 y abierta al público como Museo Histórico Costumbrista y Agrícola en 1996.

Silvia González, junto a su madre.

Capilla Hacienda San José del Carmen El Huique.

Filomena Cantillana.



CANASTAS DIECIOCHERAS
Para La Gran Familia Chilena

La entrega de canastas con productos alimenticios a los trabajadores durante las Fiestas Patrias, constituye una tradición en las empresas del país. Junto con el aguinaldo, la canasta que contiene productos alimenticios y licores, es muy apreciada por quienes la reciben y provoca en ellos una sensación de pertenencia hacia la empresa que las entrega.

Este año, Distribuidora Rabié se ha preparado con anticipación para ofrecer a las empresas y clientes en general, una amplia variedad de Canastas Dieciocheras con productos y precios especiales que pueden ser solicitadas por internet o por teléfono. La dirección electrónica es: canastas@rabie.cl. Los pedidos pueden hacerse también en los teléfonos (2) 6773121, en Santiago; (42) 200529, en Chillán y al (55) 207109, en Antofagasta.

Hay tres tipos de canastas, la básica que contiene jugo en polvo, Té Club, azúcar, crema Nestlé, duraznos en cubitos, arroz, aceite vegetal, vino tinto Terramia y harina sin polvos de hornear, tiene un valor de $5.990, mientras que la especial que contiene caramelos Ambrosoli, espirales Lucchetti, sachet de salsa de tomate, crema Nestlé, duraznos en trocitos, arroz, aceite vegetal, vino Terramia, azúcar, Pisco Capel especial, Té Club y Nescafé Tradición, tiene un valor de $9.990. La tercera alternativa es la canasta de licores que contiene una botella de ron Bacardi, una botella de vino tinto Terramia, una botella de pisco Capel y una botella de licor de menta. Esta tiene un valor de $9.990.

Estas canastas son entregadas en una cómoda caja de cartón, adornada con motivos dieciocheros.

Tome nota: Rabié Office



...todo para tu oficina

- Artículos de oficina
- Abarrotes
- Artículos de limpieza
- Snacks

Solicite información a los fonos: 02-6773175 ó 02-6773121
Rabié Office disponible sólo en Región Metropolitana.

Canastas Dieciocheras para la gran familia chilena





Especial $9.990

- 1 Caramelo Ambrosoli Arbolito 110gr
- 1 Espirales Lucchetti 400gr
- 1 Salsa San Remo Italiana Sachet 200gr
- 1 Crema Nestlé 160gr
- 1 Duraznos Trocitos Dos Caballos 425gr
- 1 Arroz Tucapel G.2 L.b. Bonnet 1kg
- 1 Aceite Vegetal Mandalay 1lt
- 1 Vino TerraMia 750ml
- 1 Azúcar Dama Blanca 1kg
- 1 Pisco Capel Especial 35° 700cc
- 1 Té Club Etiqueta Roja 20 Bolsitas
- 1 Nescafé Tradición 100gr

Básica $5.990

- 3 Sprim Durazno 45gr
- 1 Té Club Etiqueta Roja 20 Bolsitas
- 1 Azúcar Man 1kg
- 1 Crema Nestlé 160gr
- 1 Duraznos En Cubitos Wasil 560gr
- 1 Arroz Tucapel G.2 L.B. Bonnet 1kg
- 1 Aceite Vegetal Mandalay 1lt
- 1 Vino TerraMia Tinto 12,5° 700cc
- 1 Harina Montt Blanc Sin polvo 1kg

Licores $9.990

- 1 Ron Bacardi Anejo 38° 750cc
- 1 Vino TerraMia 12.5° 750 Ml
- 1 Pisco Capel Especial 35° 700cc
- 1 Licor De Menta Fehrenberg 28° 700cc

Fotografía de caja regalo referencial.

Solicite su pedido a 

Fonos: Santiago (2) 6773121 - Chillán (42) 200529 - Antofagasta (55) 207109



VASOS Y COPAS
Para el 18 y Navidad

Alianza de Rabié y Search S.A. permite que los comerciantes minoristas del país tengan acceso a los productos Nadir, líder mundial en la fabricación de vasos y copas de alta calidad.

Un verdadero récord es el posicionamiento de la empresa Search S.A. que, en sólo cuatro años, ha logrado transformarse en un proveedor relevante para el mercado nacional de productos orientados al hogar. La compañía fue creada en 2005 por un grupo de profesionales dirigidos por Jorge Domic, quien se desempeña como director general. La primera tarea que desarrollaron los ejecutivos fue ofrecer a las empresas nacionales el desarrollo y fabricación de marcas propias en las líneas de cuchillería y baterías de cocina de acero inoxidable.

El mismo año 2005, Search asumió la representación exclusiva para Chile de Cerámicas Oxford, empresa brasilera líder en la fabricación de cerámicas y alta porcelana para mesa en juegos de 20, 30 y 70 piezas en cajas de cartón impresa y en baúles de regalo.

"En los años siguientes", revela Domic, "fuimos ampliando nuestra oferta de productos hasta comenzar en 2007 a desarrollar nuestras marcas propias, D´C -Diseño & Cocina, con productos para la cocina y D´M- Diseño & Mesa, con productos orientados a la mesa. Transcurridos cuatro años, nuestros productos y las marcas propias que fabricamos, están presentes en todo el país, en las principales tiendas por departamento y grandes superficies, además de muchos negocios pertenecientes al comercio minorista donde operamos a través de Distribuidora Rabié".

Domic califica como un hito muy relevante haber logrado la representación de Nadir Figueiredo S.A. que Search obtuvo en abril recién pasado. Nadir es una empresa brasilera líder mundial en la fabricación de vasos, copas, cerveceros y refractarios de vidrio. "Esta nueva línea de productos", precisa el director general, "nos permitió complementar en forma muy importante nuestra oferta de productos. Estos son absolutamente transversales con un fuerte potencial de ventas en todo el retail, clientes de cobertura e instituciones".

El éxito obtenido en tan poco tiempo, incorporando y desarrollando productos para una amplia gama de clientes, Domic la atribuye a "una filosofía de trabajo que busca equilibrar el desarrollo de muy buenos proveedores, el trabajo como socios de nuestros clientes y el apoyo constante en los puntos de venta".

ALIANZA CON RABIE

Con Distribuidora Rabié Search trabaja desde 2006, al comienzo proveyéndoles de elementos para acciones puntuales de fidelización para sus clientes y a fines del 2008 se incorporaron los productos con las marcas D´C y D´M , y recientemente se incluyeron la línea de vasos, copas y cerveceros marca Nadir.

¿Cómo ha sido esta relación?

"La relación con Rabié nace hace muchos años, viene de mi trabajo anterior en Industrial Mar del Sur que me permitió, como proveedor, conocer en detalle el canal tradicional. Logramos el desarrollo y crecimiento importante de una categoría, con grandes logros sustentados en una relación y compromiso de trabajo en terreno con la fuerza de ventas y conociendo las necesidades reales de los clientes.

La experiencia anterior y en este nuevo emprendimiento han sido muy buenas, más aun si constantemente Rabié está buscando nuevas formas de entregar un mejor servicio a sus clientes. En particular me refiero a la nueva estrategia de trabajar por canales de venta. Esto permite ofrecer a cada tipo de clientes, los productos y acciones que sean efectivas para la realidad de cada uno de ellos. Los clientes de cobertura tienen necesidades y requieren apoyos distintos de los clientes institucionales, por ejemplo".



Jorge Domic, director general de Search S.A.

¿Cuáles son los productos que ustedes proveen a Rabié?

"En la actualidad estamos trabajando en la categoría vasos y copas las líneas Windsor, Paulista, Geometría, en pack de 6 y cajas de regalo de 12 y 18 unidades.

En vasos cerveceros la línea Munich en cajas de 12 y 24 unidades para venta unitaria.

En baterías de cocina de acero inoxidable composiciones de 5 y 7 piezas; set cuchillería de 24 y 30 piezas; tetera de 3 litros y una paila de 16 cms. de teflón Dupont.

Todos los productos son importados, la línea de vasos, copas y cerveceros son producidos en Brasil y el resto de los productos en China con estándares de calidad europeos y todos con presentaciones y precios de venta final absolutamente competitivos".

PRODUCTOS DE CALIDAD

¿Por qué considera usted que el comerciante minorista debe comprar los productos que ustedes entregan a Rabié?

"Porque son un muy buen negocio. Cuando definimos nuestros productos pensamos siempre en traer los más vendidos, los que acaparan la preferencia del público. Son las referencias más vendidas en cada categoría y todos de excelente fabricación, con una óptima presentación y con un precio muy competitivo. Consideramos que estos productos pueden complementar el mix de los comerciantes minoristas, será una venta incremental ofreciendo a sus clientes nuevas opciones. En particular la línea de vasos, copas y cerveceros que se venden en todo el canal especialmente en esta etapa del año".

¿Cuál ha sido la recepción que han tenido sus productos en el comercio minorista?

"Estamos recién partiendo pero en estos pocos meses que llevamos hemos tenido una muy buena recepción por parte de los vendedores de Rabié y de los clientes. Las ventas han ido aumentando mes a mes.

Tenemos los productos para crecer en forma importante, en los canales de cobertura, mayorista e institucional. Sé que nos queda mucho por hacer y es el compromiso que hemos tomado como empresa para desarrollar y potenciar esta nueva categoría de productos con fuerza a todo el canal tradicional".

¿Cómo visualizan ustedes la labor que realiza el comercio minorista en el país y como observan su futuro, para algunos, amenazado por las grandes cadenas?

"Creo firmemente en el canal tradicional, ya ha pasado bastante tiempo desde que surgieron las grandes superficies y el comercio minorista sigue presente, sólido y absolutamente relevante para toda la industria nacional. Lo importante es que los pequeños comerciantes siempre sean proactivos e innovadores, vean cómo se pueden diferenciar y mejorar su gestión. Todo esto con una atención más personalizada, con el mix correcto de productos y complementarlo con nuevas líneas que hagan ampliar su oferta".

ESTACIONALIDAD EN VENTA DE VASOS Y COPAS

Según Jorge Domic, la venta de estos productos tiene una marcada estacionalidad, comienza a crecer fuertemente en agosto hasta fines del verano. Los crecimientos más importantes son para Fiestas Patrias con vasos de vino y cerveceros, para Navidad las copas de champagne y set de regalos y el aumento sostenido de las ventas de vasos de jugo, jarros y compoteras de postre en todo el periodo. "Lo importante es tener un buen mix de productos y el stock suficiente para responder a esta creciente demanda. El comercio minorista es un canal muy importante en la venta de estos productos que están en todo el país a través de Rabié", enfatiza el director general de Search.

Solicite su catálogo

AHORA CON RABIE



En el mes de las Fiestas Patrias también celebraremos, qué duda cabe, la clasificación de Chile para el Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010. Un acontecimiento de notable envergadura que permitirá a los chilenos ilusionarse con alcanzar una meritoria actuación de los pupilos de Marcelo Bielsa en la justa mundialista. Por eso, Distribuidora Rabié se asocia al júbilo deportivo con una espectacular promoción que permitirá que sus clientes, los comerciantes detallistas, puedan ganar balones de fútbol, camisetas oficiales de la Selección Chilena y tres magníficos televisores LCD de 42 pulgadas.

Para participar en esta promoción que regalará 3 mil balones y mil camisetas de la selección, los comerciantes deberán comprar los productos que aparecen en el Catálogo de Fiestas Patrias y cumplir las metas que el vendedor le indicará. Por el cumplimiento de la primera meta, el comerciante recibirá automáticamente un balón de fútbol y una vez cumplida la segunda meta, se le entregará, también automáticamente, una camiseta oficial de la Selección Chilena.

Asimismo, por la compra de cada $ 100.000.- de productos que aparecen en el Catálogo de Fiestas Patrias, el comerciante obtendrá una opción para participar en el sorteo de 3 televisores LCD de 42 pulgadas para ver el mundial de fútbol y a la Selección Chilena en una pantalla gigante y de gran tecnología. El sorteo de los tres LCD se realizará el 10 de octubre. Los comerciantes deben solicitar a los vendedores el Catálogo de Fiestas Patrias y también información sobre las metas a cumplir para participar en la promoción.

PREMIO A LOS MEJORES Tripulantes de Iquique



Por primera vez se celebró en Iquique la Fiesta de "Premiación de los Transportistas" de Rabié, constituyendo una reunión donde reinó la camaradería, la alegría y el espíritu de pertenencia a la empresa de distribución de productos de consumo masivo más grande del país.



La fiesta, a la que asistieron los transportistas, sus tripulaciones y sus esposas, se realizó en el restorán Mango's, ubicado en la costanera de la "Tierra de Campeones", contó también con la presencia de David Miranda, subgerente del Centro de Distribución de Antofagasta; Felipe Gutiérrez, Jefe de Distribución y Erick Moreno, supervisor de ventas de Iquique.

La actividad generó un gran entusiasmo entre los transportistas que se desempeñan en Iquique, sus comunas y localidades más cercanas, tales como Alto Hospicio, Pozo Almonte, La Tirana, Pica, Matilla, entre otros.

Durante el desarrollo de la actividad, se procedió a entregar distinciones a quienes se han destacado durante el año en su actividad, recayendo los premios en César Páez por Eficiencia en el Servicio; Luis Díaz por Responsabilidad en la Entrega; y Sigfried Jordan y Jairo Ossandón por la Trayectoria en el Reparto. La jornada, que se prolongó hasta la madrugada, transcurrió en un ambiente de alegría y cordialidad que sirvió para estrechar las relaciones de los transportistas entre si y con los ejecutivos de la distribuidora.

BACARDI

EL RON LIDER EN EL MUNDO AHORA ESTA EN RABIE

El escritor norteamericano Ernest Hemingway, premio Nobel de Literatura, autor entre otras novelas de "Adiós a las Armas" y "Por quién doblan las campanas", menciona en casi todas sus obras al ron Bacardi, de quien fue un gran devoto y describía sus principales características: ligero, seco y suave.

El afamado ron se suma a una amplia variedad de licores que ofrece la distribuidora a través de una alianza estratégica con la empresa Bacardi-Martini Chile.



El ron Bacardi que, debido a su calidad y los premios obtenidos durante el siglo pasado, le dio gran fama a Cuba, es hoy el de mayor venta en el mundo y forma parte del mix de licores que tiene Distribuidora Rabié a disposición de sus clientes.

Rabié y Bacardi-Martini Chile S.A., han unido fuerzas para entregar a los comerciantes minoristas, mayoristas e instituciones de todo el país, no sólo el ron en sus once variedades, sino también una amplia gama de licores de excelente calidad. Entre ellos, la línea Martini Blanco y Rosso, vodka Eristoff, vodka Grey Goose, whisky Dewars de 6, 12 y 18 años; whisky William Lawsons, gin Bombay Sapphire, Amaretto Disaronno, tequila Cazadores y la línea de licores dulces Duval: Cacao, Amaretto, Menta, Cherry, Curazao, Manzanilla y Triple Sec.

LICORES DE CALIDAD

El ingeniero comercial José Miguel Pakciarz, casado, dos hijos, gerente comercial de Bacardi-Martini Chile revela que la alianza con Rabié se consolidó hace algunos meses cuando decidieron desarrollar una buena sinergia para que el comercio detallista también tuviera acceso a licores de la calidad y reconocimiento que su empresa tiene. "Teníamos un problema de distribución en provincias. Por eso le propusimos a Rabié esta alianza que le permite a la distribuidora tener un mix variado de licores para ofrecer a sus clientes".

Esta importante empresa de licores, se establece en Chile como Martini y Rossi hace más de 80 años en la ciudad de Valparaíso. En 1994, la familia Bacardi, de origen cubano, la adquirió en todo el mundo y pasó a llamarse Bacardi-Martini. "Somos la compañía de licores más completa en Chile, ideal para la fuerza de ventas de Rabié", argumenta Pakciarz, "porque con nuestro mix de productos siempre van a poder satisfacer las necesidades de los clientes. Tenemos un producto para cada tipo de cliente".

EL BOOM DEL RON

El mercado de licores de alto grado alcohólico en Chile es aproximadamente 7 millones de cajas, de las cuales 4 y medio millones corresponden a pisco, 1,8 millones al ron y 700 mil entre whisky, vodka y otros.

No siempre fue así, sin embargo. El boom del ron comenzó a gestarse en 1996 cuando Bacardi-Martini decide reposicionar la categoría de Ron en Chile, mediante una fuerte inversión publicitaria que mantiene hasta el día de hoy, aprovechando la coyuntura que le brindó el tequila mexicano que, hasta entonces, era muy apreciado en nuestro país. Problemas de precio (los productores debieron subirlo), posibilitó que el ron se empezara a introducir en bares, restoranes y pubs mediante una agresiva campaña de promociones realizada por Bacardi.

"El ron" -recuerda el gerente comercial- "era una categoría



José Miguel Pakciarz, gerente comercial de Bacardi Martini-Chile.

que prácticamente no existía en Chile. Gracias a los esfuerzos de la marca del Murciélago, hoy la categoría ron pasó a ser la más importante en valor y la segunda en volumen después del pisco. José Miguel Pakciarz destaca la forma de trabajar de Rabié: "es un excelente aliado, porque sabemos la cercana relación que tiene con cada uno de sus clientes, controla muy bien sus inventarios, lo que se traspasa casi de inmediato al consumidor, dando un resultado muy bueno para toda la cadena de distribución".

¿Cómo ha funcionado esta alianza en esta primera etapa?

"Muy bien, ambas somos empresas de tradición familiar y las relaciones son muy cálidas, nuestras filosofías son compatibles y siempre apuntando a la cercanía con cada uno de nuestros clientes.

¿Actividades para el "18"?

"Estamos en todas las que organiza Rabié a través de sus catálogos y también, para estas fiestas, tenemos actividades especiales para que los consumidores celebren con cada uno de nuestros productos".









TRAGOS CON HISTORIA

El Origen Del "Cuba Libre"

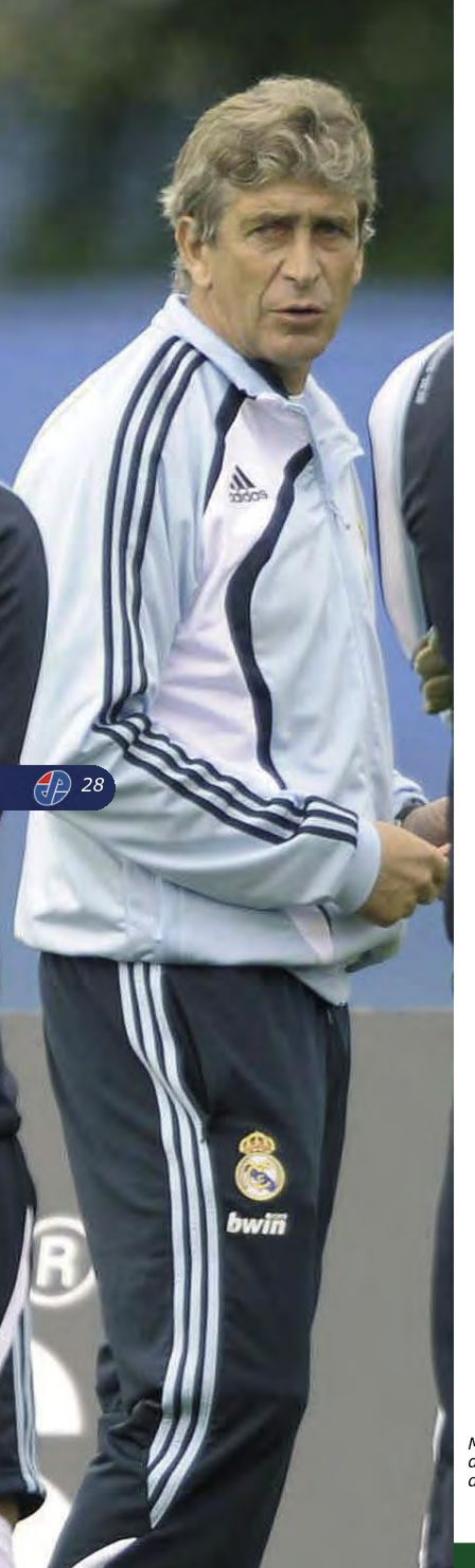
Al término de la guerra hispano americana muchísimos norteamericanos viajaban a Cuba llevando el primer cargamento de Coca Cola. Fue así como en el mes de agosto de 1900, un general miembro del Cuerpo de Transmisiones de Estados Unidos, mezcla por primera vez el ron Bacardi con la bebida cola y haciendo honor al propósito de la guerra lo nombra "Cuba libre". Hoy después de más de cien años, el ron Bacardi y Coca Cola es, indiscutiblemente, el cóctel número uno del mundo. Y su preparación es muy fácil: en un vaso largo ponga tres cubos de hielo, agregue una medida de ron Bacardi Oro, unas gotas de limón y rellene con Coca Cola, decore con media rodaja de limón y disfrute de un exquisito trago largo.

Mojito

Aunque no se tienen antecedentes concretos del "nacimiento" de este trago, lo que sí está claro que fue asociado al ron Bacardi, fue en La Habana y hace más de cien años. Su preparación, también es de relativa facilidad. En un vaso largo incorporar 12 hojas de menta fresca (en caso de no contar con menta, es posible reemplazarla por yerba buena); se agrega media cucharadita de azúcar flor, exprimir medio limón y luego machacar todo con un mortero, con el propósito de extraer la esencia de las hojas y mezclarla con el limón y el azúcar. Llenar el vaso con hielo picado, agregar una medida de ron Bacardi Carta Blanca y completar el vaso con soda o agua gasificada. Revolver bien la mezcla y decorar con media rodaja de limón y una ramita pequeña de menta o yerba buena.

Daiquiri

El ingeniero minero norteamericano, Jenning Stockton Cox inventa en el año 1898, el cóctel Daiquiri con ron Carta Blanca. El ingeniero trabajaba en un pequeño poblado cubano llamado Daiquiri, donde en esa época no había agua potable y la que se conseguía no era sana. Por eso, la gente le agregaba ron y jugo de limón. Un día mister Stockton Cox le agregó azúcar y así nació el cóctel Daiquiri, el mismo que hoy se presenta en todos los bares del mundo como el rey de los cócteles tropicales". Para prepararlo, ponga en la licuadora un vaso de hielo molido, una o dos cucharadas medianas de azúcar flor, gotas de jugo de limón y una medida de ron Bacardi Carta Blanca. El Daiquiri puede prepararse con cualquier fruta. Los más famosos son a base de durazno, cereza, frambuesa, piña o el clásico limón. Licue todo por unos dos segundos y luego sírvalo en vaso largo.



EL INGENIERO REAL

Manuel Pellegrini, el entrenador chileno más exitoso de la historia se ha encumbrado en lo más alto del fútbol mundial, como DT del "galáctico" Real Madrid, club que debió pagar más de 3 mil millones de pesos para conseguir su transferencia.

"Tiene cara de prócer, de esos que salen en los billetes", escribió el periodista Juan Pablo Vaersky, en el diario La Nación, de Buenos Aires. "Y porte aristocrático", agregó tras perfilar a Manuel Pellegrini como un hombre culto que lee filosofía, habla inglés, italiano y francés, que está aprendiendo alemán, asiste a cursos de pintura y es fanático del golf, el tenis y el paddle. Lo hizo recordando el paso de Pellegrini por Buenos Aires cuando estuvo contratado como entrenador de los clubes San Lorenzo y River Plate y para plantear los méritos que tiene el técnico chileno para asumir la dirección del Real Madrid, el club más caro del mundo.

Pero su llegada al club "galáctico" también tiene algo singular porque Manuel Pellegrini ingresa al mercado de pases como el primer entrenador transferido de la historia. Sí, el Real Madrid pagó 4 millones de euros para cubrir la cláusula de rescisión del contrato del entrenador con el Villarreal.

El diario español Marca revela que Florentino Pérez, presidente de Real Madrid, conocido como "El señor de los millones", se comunicó telefónicamente con Fernando Roig, dueño del Villarreal, donde Pellegrini estuvo los últimos cinco años obteniendo resultados históricos para dicho club. Le dijo que su deseo era contratar al chileno para que se hiciera cargo del equipo millonario y el mandatario del Submarino Amarillo le dijo que entendía su decisión y que acertaba de pleno. Eso sí, como negocios son negocios, Florentino Pérez debía pagar finalmente la cláusula de rescisión de Pellegrini, cercana a los cuatro millones de euros, más de 3 mil millones de pesos. Y así lo hizo.

Manuel Pellegrini, el "ingeniero", actual director técnico del equipo más caro del mundo, el Real Madrid.

Flanqueado por Florentino Pérez y Alfredo Diestéfano, presidente honorario de Real Madrid, Pellegrini fue presentado a la prensa en el estadio Santiago Bernabeau de Madrid. Durante la ceremonia se mostró sereno y reflexivo, y a muchos periodistas les pareció que mostraba un cierto aire melancólico que atribuyeron a la presión a que estaba sometido. "La presión no me achica", respondió; "me motiva. El peso de la responsabilidad lo llevo sin problemas. No tengo temor a las figuras. Ningún jugador, por muy caro que sea, tiene el puesto fijo. Ni siquiera las figuras. Si lo son, será por algo, y también tendrán que demostrarlo". Real Madrid gastó 209 millones de euros (290 millones de dólares) para fichar a Cristiano Ronaldo, Kaká, Benzema y Albiol con la intención de ubicarse en la cima del fútbol mundial. La temporada pasada, el Madrid perdió el título de España a manos del Barcelona, su clásico rival, que logró un histórico triplete de campeonatos: Liga de Campeones y la Copa del Rey.

FUTBOL ELEGANTE Y DE BUEN GUSTO

Florentino Pérez, un multimillonario que tiene negocios de construcción, explicó por qué eligió al chileno: "un profesional inteligente, trabajador, equilibrado, que cuida la pelota y que propone siempre un fútbol elegante y de buen gusto. Depositamos en él buena parte de las ilusiones de los madridistas". El director general del Real Madrid, Jorge Valdano respaldó la elección de Pellegrini:

"Es un honor para el club traer a una persona de su trayectoria, estamos muy ilusionados con el trabajo que va a realizar. La presente temporada será muy exigente, pero entendemos que el Real Madrid está en las mejores manos. El juego de los equipos de Manuel ha satisfecho los paladares más exigentes, por eso se ha ganado el derecho a venir a este club".

Ante los posibles contratiempos con algunas de las estrellas, el director hispano-argentino aseguró que "la confección de la plantilla es debatible, lo que es irrebatible es la autoridad del entrenador".

"Será el dueño del equipo y sus decisiones serán respetadas hasta las últimas consecuencias, eso es lo que nos va a dar la estabilidad", sentenció.

"Es una emoción y un orgullo ser el elegido para dirigir el club más importante del mundo. Comencé mi carrera hace 23 años y cuando lo hice dije que iba a terminar dirigiendo al Real Madrid. Ahora que lo cumplo, puedo decir que es un sueño", dijo el ingeniero, mostrando emoción en su rostro y en sus palabras.

Manuel Pellegrini Ripamonti, tiene 55 años y se recibió de ingeniero civil estudiando durante las noches mientras jugaba de zaguero central en Universidad de Chile (450 partidos, sólo uno en la selección, amistoso con Brasil en 1986). Desarrolló su profesión universitaria en algunos edificios, casas y un centro deportivo en La Dehesa, del que es propietario junto a su amigo Arturo Salah. Está casado con Carmen Pucci con quien tiene tres hijos, Manuel, Juan Ignacio y Nicolás, todos los cuales han permanecido viviendo en Santiago mientras él ha trabajado en Ecuador, Argentina y España. Es el entrenador chileno más exitoso de la historia.

El ingeniero fue campeón en el fútbol argentino con San Lorenzo y River Plate. Luego escaló en el Villarreal y llevó al equipo a la Copa de la UEFA (cuarto finalista en 2005), y a las semifinales de la Liga de Campeones en 2006 (al cual llegó tras superar la ronda preliminar), el mayor logro en la historia del club a nivel internacional. El 7 de mayo de 2008 logró el hito más grande de su historia: ser subcampeón por vez primera (detrás del Real Madrid), y clasificarlo de forma directa a una edición de la Liga de Campeones.

QUIEN ES PELLEGRINI

El periodista español Manuel Igual, editor del periódico digital Villarreal.com, elaboró un perfil del chileno que publicó en su portal luego que Pellegrini firmara su contrato con Real Madrid: "Manuel Pellegrini Ripamonti (Santiago de Chile, 16 de Septiembre de 1953) es uno de esos entrenadores que ha ido forjando su destino temporada a temporada. Por si las cosas del fútbol no salían bien, se licenció en Ingeniería Civil pese a haber desarrollado una intensa vida deportiva en Universidad de Chile.

Catorce temporadas estuvo el bueno de Pellegrini jugando en el que sería su club de toda la vida, el mismo con el que ganó la Copa en 1979. Allí jugó 451 partidos y fue idolatrado por la afición. De hecho, nada más colgar las botas se hizo con las riendas del equipo, pero firmó la peor temporada de la historia de Universidad de Chile.

Pero Pellegrini empezaría a destacar pronto como entrenador. En su país, entrenó a Universidad Católica, máximo rival de su ex-equipo, donde consigue torneos menores. Posteriormente ficha por Liga de Quito y consigue el campeonato ecuatoriano.

Esto le valdría para fichar en Argentina, firmando sus últimos grandes éxitos antes de dar el salto al viejo continente. Allí hizo campeones de Liga a River Plate y San Lorenzo en un lapso de tres años.

En 2004 llega al Villarreal y Pellegrini sigue creciendo como técnico. Con el submarino, Manuel Pellegrini consigue clasificar al equipo en 2 ocasiones para la Liga de Campeones llegando hasta semifinales en la primera de ellas. Además consiguió ser subcampeón la pasada temporada de Liga por detrás del Real Madrid.

A la hora de trabajar, el técnico chileno es una persona seria, reservada y tranquila. En lo futbolístico, apuesta siempre por el buen trato del balón y por un sistema 4-4-2. Prima en su idea de futbol la inspiración de sus futbolistas y no la importancia de lo táctico. Le da prioridad a la experiencia de los veteranos, antes que a la frescura de los jóvenes. Le cuesta reconocer los errores que comete y motivar a sus jugadores en los partidos "facilones". Además, tendrá que entenderse con Valdano y Pardeza, porque es de los que le gusta trabajar mano a mano con la dirección deportiva para confeccionar la plantilla. Su filosofía es que el fútbol es una combinación de personalidad, gusto, exigencia, liderazgo... Manuel Pellegrini es un brillante teórico con una tremenda trayectoria. Sus convicciones futbolísticas son muy sólidas: dar prioridad al balón, cometer pocas faltas, jugar en campo contrario, elegir a jugadores técnicos..."

Real Madrid debió pagar 4 millones de Euros al Villarreal para lograr la transferencia de Manuel Pellegrini.

LA LUNA SERA MI TIERRA

El título de la novela chilena de Enrique Araya, adquiere vigencia, a cuarenta años de la llegada del hombre a la luna. Ahora los proyectos son colonizarla. Y para ello trabajan los científicos de la Nasa.

Los misterios del universo han fascinado desde siempre a la humanidad, de allí que la verdadera "guerra espacial" que se desatara a fines de la década del 60, entre Estados Unidos y la hoy desaparecida Unión Soviética, adquiriera connotaciones históricas.

Hace cuatro décadas, el sueño de la humanidad de caminar por la superficie lunar se cumplía. La hazaña, llevada a cabo por los norteamericanos en plena Guerra Fría, supuso un hito tanto tecnológico como político. La noche del 20 de julio de 1969, el hombre pisó por primera vez la Luna, después de haber recorrido los 380.000 kilómetros que la separan de la Tierra.

La misión espacial Apolo 11 llevaba a bordo al comandante Neil Armstrong, y a los pilotos Michael Collins y Edwin "Buzz" Aldrin, con un equipamiento tecnológico que hoy es considerado irrisorio para los avances que ha tenido la tecnología. Millones de personas miraban desde la televisión en lo que fue el evento que, hasta ese momento, fue la mayor transmisión de la historia.

La tripulación de la Misión Apolo 11: el Comandante Armstrong y los pilotos Collins y Aldrin.

"Un pequeño paso para un hombre. Un gran paso para la humanidad". El astronauta Neil Armstrong fue quien pronunció esas palabras, en lo que constituyó todo un golpe de efecto para demostrar la hegemonía americana sobre la Unión Soviética. Unos 500 millones de personas vieron, en directo, aquel momento por televisión. El exitoso esfuerzo de colocar a un hombre en la Luna ofreció muchos beneficios que hoy parecen que la humanidad ha disfrutado desde siempre. Una lista parcial incluye las antenas satelitales para televisión, dispositivos para imágenes médicas, el termómetro de oreja, materiales resistentes al fuego, herramientas eléctricas inalámbricas, entre otras.

MISION ORION

Las misiones al satélite terrestre perdieron interés y presupuesto económico. Hoy, aunque el verdadero desafío del siglo XXI es la conquista espacial de Marte, se han previsto futuras incursiones a la Luna para la década del 2020-2030.

Para ello se está trabajando en el proyecto Misión Orión, que dentro del programa Constellation, que desarrolla la Nasa, ha debido sortear diversos cuestionamientos debido al elevado presupuesto que gasta anualmente. En medio de estos cuestionamientos presentó un nuevo prototipo de nave, llamada Orión, que está destinada a llevar nuevos contingentes de seres humanos a la luna.

Según la NASA, en esta nave el hombre podrá aterrizar en la luna a partir del año 2020. En teoría, el programa Constellation no solamente busca poder poner los pies sobre este satélite, también planea la construcción allí de varias bases. Durante la demostración, los científicos de la Nasa realizaron pruebas sobre una piscina. Lo que quieren medir es la respuesta de la nave cuando ésta impacte en el agua de regreso a la tierra. La intención es que no se hunda gracias a unos flotadores. Orión mide 16,5 metros de diámetro y pesa 8 toneladas. La nave ha sido diseñada siguiendo la base de los transbordadores Apolo, pero con una tecnología mejorada. Podrá transportar a una tripulación formada por cuatro miembros hasta la Luna (uno más que lo que permitía la nave Apolo).

Si los planes estratégicos previstos por la NASA no sufren cambios imprevistos, la Orión estará preparada para volar hacia la ISS (Estación Espacial Internacional, en sus siglas en inglés) en 2014. Cuatro años después la misión Orión será capaz de situar a cuatro astronautas en la Luna. Quién sabe si el proyecto Constellation significará el inicio de la "colonización" de la luna, porque la NASA especula sobre esta posibilidad. De hecho se espera que, no más allá de 2030, se pueda enviar a la luna población civil en un vehículo similar.

Novedades Rabié

Mr. Músculo Vidrios y Multiuso Fórmula Activa

Este nuevo producto tiene una fórmula superior que actúa sobre la suciedad de la superficie antes de pasar el paño, liberando en cada pasada una agradable fragancia a frutos rojos.



Mr. Músculo Limpiador Adhesivo

Producto innovador que no existe en el mercado, más higienico y práctico, y a un precio muy conveniente (menos de $2 por descarga).



Blem Autobrillo Fragancia Floral

Todos los beneficios de Blem: da brillo instantáneo y crea una película que permite que el brillo de sus pisos dure mucho más tiempo y sean más resistentes a marcas y rayones. Es fácil de aplicar, y brinda brillo instantáneo, ahora con nueva Fragancia Floral.



Producto con Historia



La marca del Murciélago

HISTORIA

NUESTRO LOGO

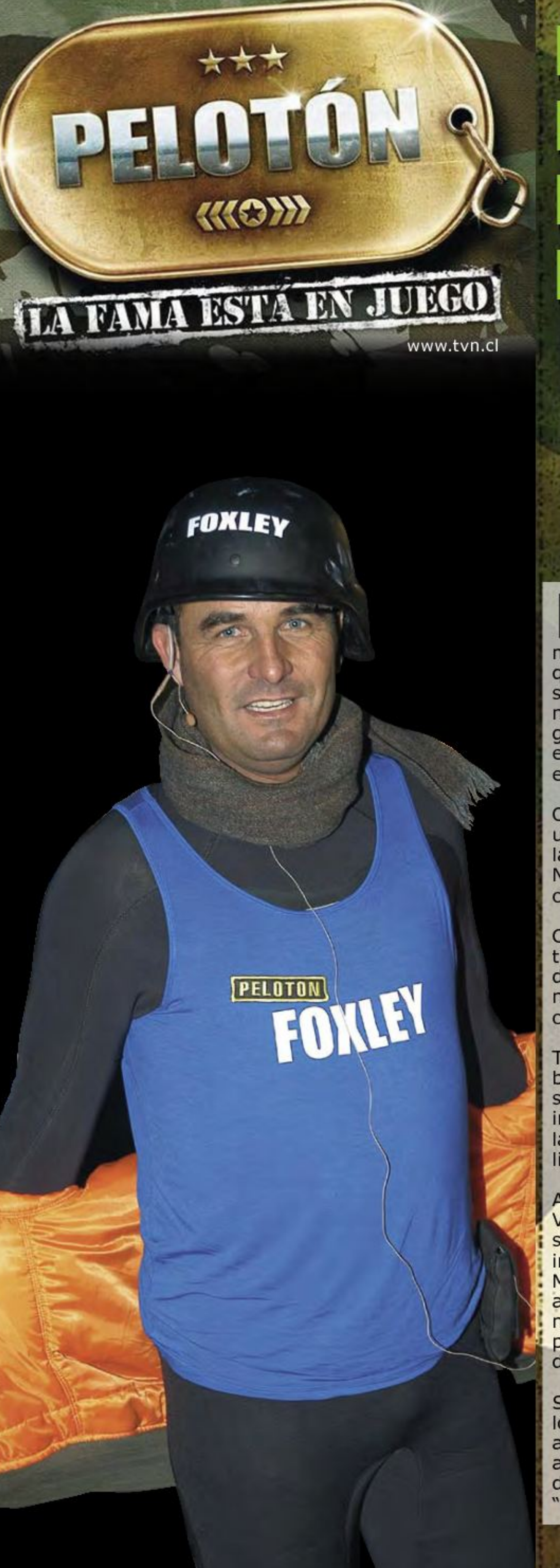
- La esposa de Don Facundo, Doña Amalia Lucía Moreau, sugiere usar un murciélago como símbolo de los nuevos rones.
- La idea surge de la colonia de murciélagos que puebla el techo de la destilería.
- El Emblema del Murciélago simboliza buena salud, fortuna y unidad familiar.

® 2004

En 1830, don Facundo Bacardi Massó inmigró a Santiago de Cuba donde se esrableció como comerciante con un negocio de importación de ron bajo el nombre de Facundo Bacardi y Compañía. Al mismo tiempo comenzó a experimentar con cada uno de los pasos que componen el proceso de producción del ron y después de más de una década de trabajo, logró producir un ron con el estado de refinamiento que conocemos hoy.

Don Facundo Bacardi expandió su negocio en 1862 cuando compró por sólo 35 pesos una fábrica con una máquina para hacer ron, la que sería su primera destilería. Con un alambique o molde destilador de cobre, empezó a producir su sorprendente ron Bacardi, hoy la marca número uno de ron Premium en el mundo.

Cuando la esposa de don Facundo, doña Amalia, entró por primera vez a la destilería, se dio cuenta que había una colonia de murciélagos colgando en el techo. Ella sabía que la gente nacida en Cuba, los Taínos, reconocía a murciélagos como poseedores de todos los bienes culturales y pensaban que ellos traían buena salud, fortuna y unidad familiar. Por eso cuando don Facundo decidió confeccionar un logo para su producto eligió al murciélago como distintivo para su ron y se convirtió así en la mundialmente conocida "marca del murciélago".



LAS INCREIBLES HISTORIAS DEL "RECLUTA" FOXLEY

Con imagen de fanfarrón y experto en colarse en lugares donde no ha sido invitado, este abogado egresado de la UC y con un MBA en administración de empresas, se convirtió en figura popular y simpática en el reality Pelotón de Televisión Nacional. Su historia es realmente singular.

En una oportunidad, durante una fiesta en Nueva York le gritó al magnate Steve Forbes, propietario de la revista homónima, de un lado para otro de un salón "¡Hey, Steve!" tan fuerte, que todos se quedaron mirándolo y le abrieron paso hasta que saludó con un tremendo abrazo a Forbes quien, sorprendido, no tuvo más remedio que devolverle el saludo. ¿Cómo había logrado ingresar a la fiesta?: vestido con un smoking arrendado, esperó en las escalinatas del local que llegara una señora de edad y se ofreció a llevarla del brazo. Nadie objetó su presencia.

Otra de sus "hazañas" más comentadas es cuando se coló a un elegante bar de Nueva York y entabló conversación con la actriz Julia Robert haciéndose pasar por sobrino de Pablo Neruda. O, cuando se filtró a una fiesta de la realeza británica en Londres y apareció fotografiado junto al príncipe Carlos.

Cuando era estudiante del colegio Verbo Divino subía hasta La Parva, pero no a esquiar sino a tomar el sol porque desde siempre le gustó andar bien tostado. En otras ocasiones se iba a Zapallar, el balneario más elegante del país y, como no tenía casa, se alojaba en la compañía de bomberos.

Todo un personaje "el dandy chileno", el abogado Juan Cristóbal Foxley, egresado de la Universidad Católica y que, según su hermana, la periodista Verónica Foxley, tiene un coeficiente intelectual (CI) superior a lo normal, pero adolece de una bipolaridad que lo convierte de un hombre-niño "que suele escandalizar con lo que dice, debido a su autenticidad sin filtro ninguno".

Al hijo de un médico y una periodista, "el foca", como le decían en el Verbo Divino, le quedó chico Chile y, luego de recibirse de abogado se fue a Nueva York donde se desempeñó en importantes bancos internacionales, pero pronto le aburrió el trabajo formal. Estudió un MBA en administración de empresas en una Universidad de Londres y allí adquirió notoriedad por su facilidad para relacionarse con personajes famosos. Lo mismo hizo más tarde en España, donde fue tal su popularidad –debido a sus "locuras"- que fue invitado a los programas de televisión "Crónicas marcianas" y el reality "Aventura en Africa".

Su participación en el programa Pelotón de Televisión Nacional lo ha convertido en un protagonista simpático y alegre, dejando atrás la imagen de fantoche que se creó cuando recién regresó a Chile tras sus incursiones por Europa y Estados Unidos. Uno de sus compañeros de encierro, Pablo Schilling llegó a decir que "si hubieran más personas como él no habrían tantas guerras".



"No quiero ser asociado como una persona frívola que se cree buenmozo; si yo me pongo una chaqueta azul, un pañuelo, una corbata Ralph Laurent, tengo pinta como de inglés elegante que va a un cóctel, pero no es mi culpa y estoy orgulloso de eso. Aprendí que hay que comprar ropa buena, porque esa es la que te dura y la que te hace sentir bien. Por comprar una cosa que valga la mitad al final te la pones sólo una vez. La seguridad que te da un traje Hermes o un Ralph Laurent, además de tu discurso y tu educación, te da un gran complemento. Me gusta vestirme bien".

ME INVITAN POR SIMPATICO

Respecto de sus amistades con personajes de la realeza, Juan Cristóbal Foxley rechaza que él haya pretendido crear esa imagen: "Yo no vengo a vender que soy amigo íntimo del Príncipe Carlos y que todos los días me llama, tengo tres o cuatro amigas y que me invitan por simpático, porque a los anglosajones les gusta el espíritu italiano que pongo yo en las fiestas, en las comidas, romper el hielo, hacer bailar a gente diferente, crear una magia, por eso me invitan".

Debido a su soltería, acaba de cumplir 41 años, muchos han dudado de su masculinidad a lo que Foxley responde que no le importa mucho lo que piensen los demás: "me importa un bledo que en un país como Chile si ven a alguien buenmozo le tienen que achacar etiquetas; no tengo que probarle mi sexualidad a nadie, estoy súper feliz como soy. Que cada persona tenga la fantasía que quiera".

Y está dispuesto a casarse cuando encuentre la mujer adecuada: "antes de morirse mi abuela Rosa Mackenna, una mujer maravillosa, me dijo: "cásate con alguien de buen humor, las nalgas y las pechugas todo se cae, pero el buen humor y el buen corazón permanecen, entonces yo voy a tratar de seguir ese consejo. Quiero tener hijos y familia. En Europa la gente se casa a los cuarenta años cuando las niñas son tus cómplices, uno no es el proveedor ni el seguro de vida. Lo que pasa es que acá en Chile las niñas se casan a los 20 años sin haber estudiado nada y llegan a la casa a hablarle al marido oye, las peras subieron, entonces el marido tiene que buscar a otra galla para hablarle otras cosas, alguien que sea su cómplice intelectual. Sí me quiero casar, me quiero casar con una persona a la que le pueda entender la mente, quiero una niña sencilla y de buen corazón".

Monólogo de Juan Cristóbal Foxley en la ducha durante su permanencia en el programa Pelotón:

- Hum aquí se bañó la Quenita (Larraín), hay olor a chino Ríos y a Bam Bam Zamorano… Acá se bañó la Carlita (Ochoa) y está pasado al negro Piñera.

Diálogo con Miguelo:

-Patricia (Maldonado) es la cosa más antiestética que visto en mi vida. (Foxley).

-No hables así de ella, es mi amiga (Miguelo).

-Te felicito por tener amigas tan lindas y carismáticas (Foxley).

-¡Eres insoportable! (Miguelo).

Receta

PAJARITOS CHILENOS CON MERENGUE



INGREDIENTES MASA:

2 Kg. de harina
1 taza de azúcar
1 pan pequeño de levadura
1 litro de leche
8 yemas de huevos
1/8 de mantequilla
Esencias aromáticas (cáscara de naranja, clavos de olor, vainilla, canela)

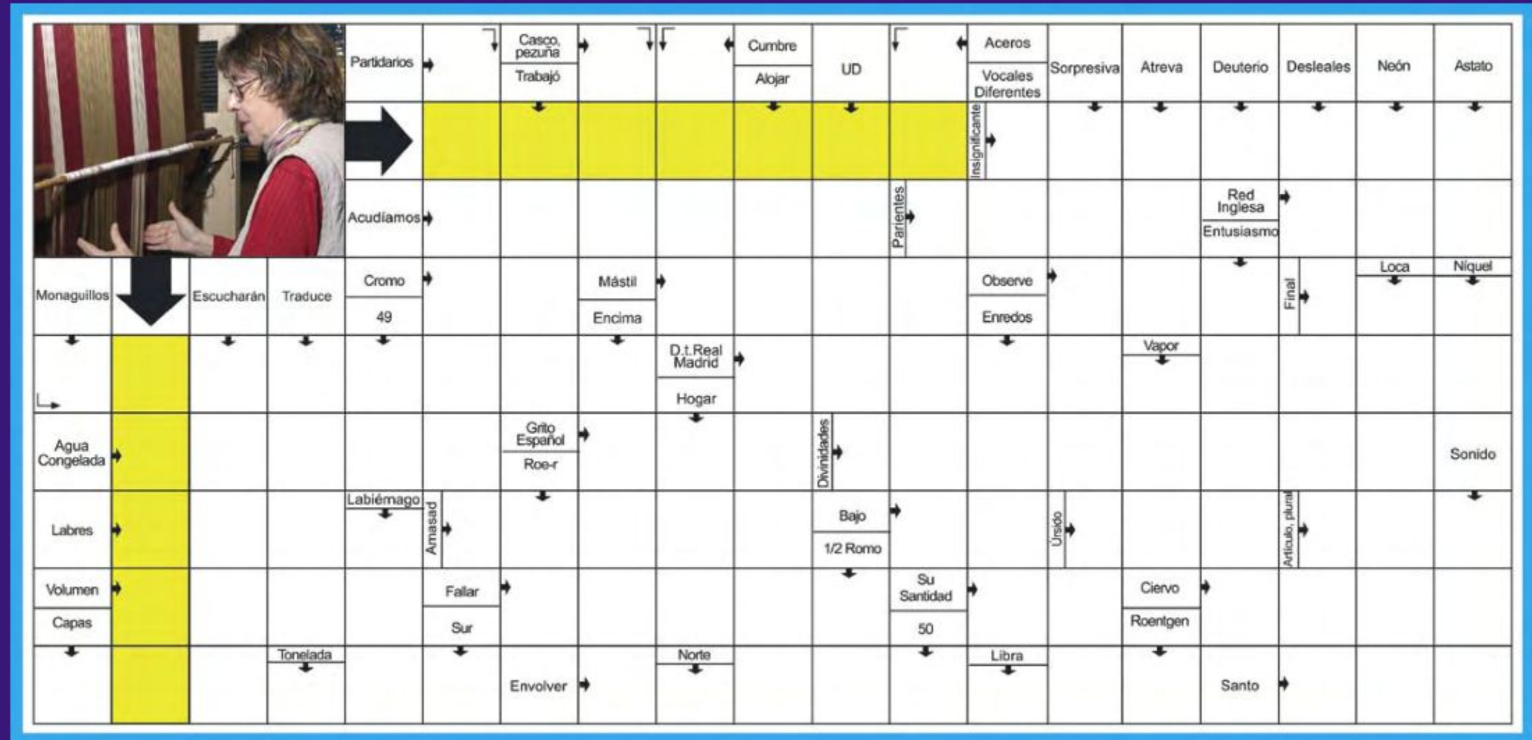
INGREDIENTES MERENGUE:

8 claras de huevos
16 cucharadas soperas de azúcar flor

PREPARACION:

En una olla se pone la leche con el azúcar y las esencias, se deja hervir revolviendo de vez en cuando. Una vez hervida se deja enfriar. Aparte, en una tabla de amasar se pone la harina, en el centro se hace un hueco y dentro de éste se agregan las claras de huevos, la levadura y la mantequilla. Luego, lentamente, se va incorporando la leche ya fría hasta formar una masa tierna y fácil de amasar; una vez que la masa toma consistencia, se hacen bolitos, se aplastan y luego se le hace un corte desde el centro hasta un bordes para que quede con la forma de los pajaritos. Se precalienta el horno y luego se hornean los pajaritos aproximadamente 30 minutos. Finalmente cuando ya están todos los panecillos horneados, se prepara el merengue a baño maría para que este se cueza y de esta manera al pasar las horas el merengue no se derrita. También se puede hacer con un almíbar de pelo. Estando listo el merengue se decoran los panecillos.





Por Peroga

¡Nunca sus ventas se saborearon mejor!



Mayonesa Hellmann´s Sachet 100g



Mayonesa JB Sachet 80g

Es natural que sus ventas crezcan



Shampoo Sedal S.O.S. Sachet 15ml c/u.



Desodorante Impulse variedades 53g (81ml)